

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Gocchi Resto dan setelah diolah mengenai pengaruh store atmosfer terhadap keputusan pembelian Gocchi Resto Bandung, maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. **Berdasarkan pertanyaan Store atmosfer (eksterior)** : (1) Jumlah responden yang menjawab setuju sebanyak 98 responden dengan presentase sebesar 63,2%. (2) Jumlah responden yang menjawab setuju sebanyak 95 responden dengan presentase sebesar 61,3%. (3) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 92 responden dan presentase sebesar 59,4%.

Berdasarkan pertanyaan Store atmosfer (general interior) : (1) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 84 responden dengan presentase sebesar 54,2%. (2) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 86 responden dengan presentase sebesar 55,5%. (3) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 91 responden dengan presentase sebesar 58,7%. (4) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 84 responden dengan presentase sebesar 54,2%. (5) Jumlah

responden menjawab setuju sebanyak 67 responden dengan presentase sebesar 43,2%.

Berdasarkan pertanyaan Store atmosfer (store layout) : (1) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 100 responden dengan presentase sebesar 64,5%. (2) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 106 responden dengan presentase sebesar 68,4%. (3) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 107 responden dengan presentase sebesar 69%. (4) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 103 responden dengan presentase sebesar 66,5%. (5) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 96 responden dengan presentase sebesar 61,9%.

Berdasarkan pertanyaan Store atmosfer (interior display) : (1) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 98 responden dengan presentase sebesar 63,2%. (2) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 90 responden dengan presentase sebesar 58,1%. (3) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 73 responden dengan presentase sebesar 47,1%.

2. **Berdasarkan pertanyaan keputusan pembelian :** (1). Jumlah responden yang menjawab setuju sebanyak 111 responden dengan presentase sebesar 71,6%. (2) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 89 responden dengan presentase sebesar 57,4%. (3) Jumlah responden menjawab setuju sebanyak 101 responden dengan presentase sebesar 65,2% .

3. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan secara simultan pengaruh store atmosfer (*eksterior, general interior, store layout, interior display*) terhadap keputusan pembelian sebesar 12,7%, dan sisanya sebesar 87,3% dipengaruhi factor lain diluar *store atmosfer*. Design Gocchi Resto telah dibuat agar konsumen merasa nyaman dengan didominasi warna hijau dan cerah serta dengan konsep modern. Gocchi Resto terdiri dari dua lantai, di lantai satu terdapat dapur teppanyaki yang berkonsep *open kitchen* sehingga pengunjung dapat melihat sendiri teppanyaki pesannya dimasak sedangkan dilantai atas dapat dipakai untuk shabu – shabu dan sushi. Sebesar 87,3% dapat dipengaruhi oleh factor – factor lain seperti produk makanan, harga, promosi, lokasi dan kualitas layanan.

4. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan secara parsial :

- *Eksterior*

Dari hasil penelitian mengenai *eksterior*, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *store atmosfer (eksterior)* terhadap keputusan pembelian.

- *General Interior*

Dari hasil penelitian mengenai *general interior*, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *store atmosfer (general interior)* terhadap keputusan pembelian.

- *Store Layout*

Dari hasil penelitian mengenai *store layout*, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *store atmosfer* (*store layout*) terhadap keputusan pembelian.

- *Interior Display*

Dari hasil penelitian mengenai *interior display*, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *store atmosfer* (*interior display*) terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai analisis spesifik yang didasari oleh fakta actual dan hasil kuesioner yang didapatkan di lapangan, maka ada beberapa saran yang diajukan sebagai bahan pertimbangan oleh peneliti pada Gocchi Resto, adalah :

1. Gocchi Resto diharapkan terus melakukan perencanaan strategi dan pengelolaan dari elemen – elemen *store atmosfer* agar lebih menarik bagi konsumen, terutama *eksterior* yaitu diberikan penerangan yang lebih dan dekorasi agar dapat membuat konsumen yang lewat merasa tertarik. Dalam

hal *general interior*, penerangan di lantai bawah direncanakan ulang dengan memberikan penerangan yang lebih terang. Dalam hal *layout*, memperbaiki tata letaknya agar konsumen dapat makan secara nyaman dan meninjau ulang tempat kasir agar konsumen lebih merasa nyaman dan terlihat oleh konsumen. *Interior display* secara keseluruhan sudah baik tetapi perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar tetap menarik di mata konsumen.

2. Gocchi Resto juga disarankan dapat meng *update* informasi dapat melalui media informasi agar tetap *up to date* mengikuti perkembangan konsep suasana yang sedang diminati oleh konsumen sebagai referensi atau masukan – masukan sebagai ide agar lebih menciptakan store atmosfer yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat mempengaruhi emosi konsumen untuk memicu keputusan pembelian konsumen di Gocchi Resto.
3. Gocchi Resto juga perlu meningkatkan aspek lain diluar *store atmosfer* , yaitu kualitas layanan agar karyawan lebih memberikan dan melayani konsumen lebih maksimal seperti lebih cepat dan tanggap dalam melayani dan menangani keluhan konsumen, produk makanan selalu dipilih dan dijaga kebersihannya, harga lebih disesuaikan lagi, promosi dibuat semenarik mungkin dan lainnya seperti pemasangan iklan di media cetak untuk dapat

mempengaruhi dan mempertahankan konsumen untuk melakukan pembelian di Gocchi Resto.

Dengan demikian diharapkan bagi pihak Gocchi Resto dapat mampu untuk meningkatkan *store atmosfer* pada Gocchi Resto dan mempertahankan yang telah baik selama ini, karena banyak kompetitor bermunculan seiring berjalannya waktu dengan konsep – konsep yang menarik dan unik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti merasakan masih memiliki keterbatasan – keterbatasan, maka diharapkan dapat dilakukan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti hanya mengambil sampel 155 saja, diharapkan untuk penelitian lebih lanjut pemilihan responden diperluas.
2. Memilih objek penelitian lebih cermat lagi karena adanya restoran tidak dapat diteliti oleh dimensi *store atmosfer* tertentu.